

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kementerian Pariwisata Indonesia memproyeksikan bahwa sektor pariwisata akan menjadi *core economy* atau penopang ekonomi Indonesia dalam beberapa tahun kedepan. Hal ini pun diyakini oleh Bank Indonesia yang menyatakan bahwa pariwisata merupakan sektor pendongkrak devisa negara paling efektif, sehingga Pemerintah telah menetapkan pariwisata sebagai sektor unggulan penyumbang ekonomi nasional, melampaui komoditas minyak sawit atau *crude palm oil* (CPO). Luas wilayah, keragaman budaya, serta destinasi-destinasi yang eksotis dan memukau yang menjadikan pariwisata Indonesia memiliki daya jual di mata dunia. Hal ini yang membuat pemerintah menargetkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara terus bertambah setiap tahunnya. (Kemenparekraf, 2019)

Salah satu atraksi wisata di daerah Jawa Timur yang berpotensi untuk mendatangkan wisatawan mancanegara adalah Taman Wisata Alam Kawah Ijen. Menurut data dari Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Jawa Timur selaku unit pengelola Kawah Ijen, gunung ini memiliki ketinggian hingga 2.300 m di atas permukaan laut dan terletak berdampingan dengan Gunung Merapi. Gunung ini terakhir meletus pada tahun 1999. Daya tarik utamanya adalah *Blue Fire* atau api biru yang berada di dalam Kawah Ijen. Fenomena alam tersebut hanya terjadi di dua tempat di dunia, yaitu di Islandia dan Ijen. Selain itu, kehidupan para penambang bongkahan belerang serta

keindahan kawah berwarna biru kehijauan juga menjadi hal yang menarik bagi wisatawan. Letaknya yang berada di perbatasan wilayah antara Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Bondowoso, membuat kawasan ini dapat diakses dari kedua kabupaten tersebut. (BKSDA Jawa Timur, 2007)

Salah satu biro perjalanan wisata di Kabupaten Bondowoso yang melayani perjalanan wisata ke Taman Wisata Alam Kawah Ijen adalah Rameyza Wisata Indonesia. Biro perjalanan wisata ini cukup berperan dalam mendatangkan wisatawan mancanegara. Menurut hasil pra-survei dengan pemilik Rameyza Wisata Indonesia, terdapat 197 wisatawan mancanegara yang telah mereka datangkan di tahun 2019, dengan jumlah rata-rata wisatawan mancanegara sebanyak 17 pax setiap bulannya. Wisatawan mancanegara yang membeli produk mereka termasuk dalam *Free Independent Traveler* (FIT) atau melakukan perjalanan secara individual dan tidak terikat dalam suatu rombongan atau grup. Mereka berasal dari negara-negara Eropa dan Asia, seperti Prancis, Jerman, Belgia, Belanda, Filipina, Malaysia, atau Singapura.

Paket wisata yang paling diminati oleh wisatawan mancanegara adalah paket 3 hari 2 malam *Volcano* Indonesia dan paket 4 hari 3 malam *Wonderful* Indonesia, dimana Taman Wisata Alam Kawah Ijen termasuk di dalamnya. Paket wisata menurut Nuriata (2014) merupakan sebuah produk yang terbentuk melalui peleburan dari komponen – komponen wisata lain, seperti transportasi, hotel atau akomodasi, restoran, atraksi wisata, dan komponen lainnya.

Rameyza Wisata Indonesia melakukan kegiatan promosi paket wisatanya melalui pemasangan iklan berbayar di media sosial *Facebook* dan *Instagram*. Selain itu juga terdapat *website* perusahaan yang dapat diakses oleh pelanggan. Menurut Rambat Lupiyoadi (2006), kegiatan promosi selain berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, juga berfungsi sebagai alat untuk membujuk pelanggan dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa yang ditawarkan.

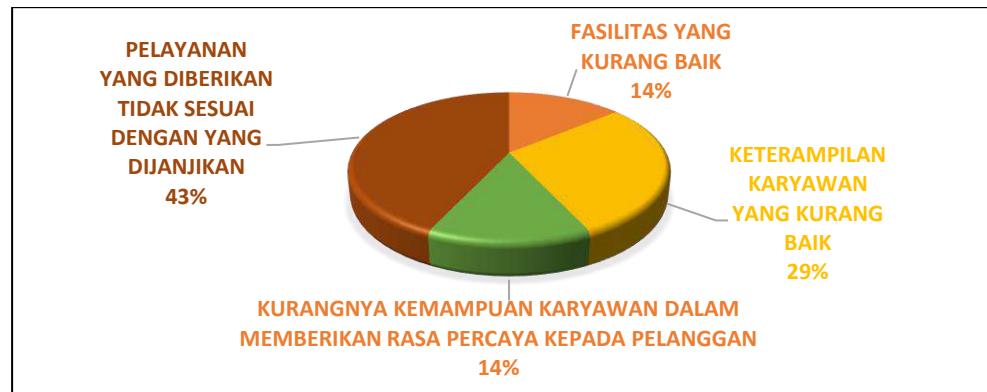
Pesona Kawah Ijen yang telah dikenal dunia memotivasi perusahaan-perusahaan biro perjalanan wisata lainnya untuk menawarkan produk yang serupa dengan Rameyza Wisata Indonesia. Hal tersebut menciptakan persaingan yang sangat ketat. Java Volcano Tour Operator dan B3 Tour & Travel merupakan biro perjalanan wisata di Kabupaten Bondowoso yang juga menjual paket wisata Kawah Ijen dengan target wisatawan mancanegara. Pesaing juga datang dari Kabupaten Banyuwangi serta Ibukota Provinsi Jawa Timur, Kota Surabaya. Bali Java Holidays Tour & Adventure, Java Exotica Tour Operator, dan Java Adventure Trail Indonesia merupakan pesaing dari Kabupaten Banyuwangi, sedangkan Cheap Bromo Tour, Getaway Tours Indonesia, dan Go Suroboyo Tour & Rent Car merupakan pesaing dari Kota Surabaya.

Selain persaingan yang ketat, masih terdapat keluhan terhadap segi pelayanan dalam paket wisata Kawah Ijen yang diberikan oleh Rameyza Wisata Indonesia. Menurut Rusadi (2004), keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan dari konsumen terhadap pelayanan atas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan atau organisasi. Barlow & Moller (2008)

juga mengungkapkan bahwa keluhan pelanggan merupakan pernyataan mengenai ekspektasi yang tidak terpenuhi. Komentar pelanggan Rameyza Wisata Indonesia disampaikan dengan membagikan ulasan melalui Google *review* dimana ditemukan 126 ulasan. Komentar pelanggan sebesar 63% menanggapi positif mengenai Rameyza Wisata Indonesia dan 37% menyampaikan keluhannya. Dari 37% keluhan tersebut, sebesar 26% mengeluhkan tentang fasilitas pada transportasi dan akomodasi yang digunakan dalam paket wisata Kawah Ijen. Keluhan tersebut meliputi tidak tersedianya sabuk pengaman dan tidak berfungsinya *air conditioner* pada transportasi yang digunakan, serta kurang lengkapnya fasilitas pada akomodasi yang digunakan tanpa adanya pemberitahuan sebelumnya dari pihak Rameyza Wisata Indonesia. Terdapat juga keluhan sebesar 11% mengenai pelayanan yang diberikan, yaitu mengenai kurangnya kemampuan Bahasa Inggris para karyawan serta sopir yang kurang menguasai rute jalan.

Selain itu, komentar pelanggan juga dapat ditemukan di situs TripAdvisor.com dengan presentase komentar positif sebesar 86% dan komentar berisi keluhan sebesar 14%, dengan empat jenis keluhan dalam diagram berikut.

GAMBAR 1
PRESENTASE KELUHAN DI SITUS TRIPADVISOR.COM



Sumber: TripAdvisor.com.

Menurut data temuan di atas, dapat diketahui bahwa masih terdapat ketidakpuasan pelanggan terhadap aspek-aspek pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia. Menurut Kotler & Keller (2012), kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) serta jasa yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan (*perceived service*), karena kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi pelayanan yang diharapkan.

Parasuraman et al. dalam Tjiptono (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur menggunakan lima dimensi yang terdiri dari *tangible* atau bukti fisik, *empathy* atau empati, *reliability* atau keandalan, *responsiveness* atau ketanggapan, dan *assurance* atau jaminan. Berdasarkan presentase keluhan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dilihat bahwa keluhan-keluhan tersebut masuk ke dalam tiga kategori dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, dan *assurance*. Keluhan terhadap kurang baiknya fasilitas pada transportasi dan akomodasi yang digunakan termasuk

ke dalam kategori *tangible* atau bukti fisik. Ketidaksesuaian pelayanan yang diberikan dengan janji yang ditawarkan termasuk ke dalam kategori *reliability* atau keandalan. Kurangnya profesionalisme karyawan dalam aspek bahasa, penguasaan rute jalan, serta kemampuan dalam memberikan rasa percaya kepada pelanggan termasuk ke dalam kategori *assurance* atau jaminan.

Berdasarkan pemaparan masalah yang telah dijelaskan, kualitas pelayanan Rameyza Wisata Indonesia perlu diteliti lebih lanjut. Maka dari itu, Peneliti mengangkat judul **“PENGEMBANGAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN PAKET WISATA KAWAH IJEN BANYUWANGI DI RAMEYZA WISATA INDONESIA”**.

B. Rumusan Masalah

Melalui penjabaran latar belakang masalah di atas, dapat diketahui bahwa masih terdapat keluhan dari wisatawan mancanegara mengenai beberapa fasilitas dan layanan dalam paket wisata Kawah Ijen di Rameyza Wisata Indonesia sehingga diperlukan adanya penelitian mengenai pengembangan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, Peneliti menentukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana ekspektasi konsumen paket wisata Kawah Ijen terhadap lima dimensi kualitas pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia?
2. Bagaimana persepsi konsumen paket wisata Kawah Ijen terhadap lima dimensi kualitas pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia?

3. Bagaimana upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pihak Rameyza Wisata Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan formal dan operasional yang telah ditentukan oleh Peneliti, yaitu :

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penelitian ini adalah sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Diploma IV, Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

- a. Mengetahui gambaran ekspektasi konsumen paket wisata Kawah Ijen terhadap lima dimensi kualitas pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia.
- b. Mengetahui gambaran persepsi konsumen paket wisata Kawah Ijen terhadap lima dimensi kualitas pelayanan di Rameyza Wisata Indonesia.
- c. Mengetahui upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pihak Rameyza Wisata Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

D. Keterbatasan Penelitian

Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah :

1. Peneliti melakukan pengukuran kualitas pelayanan dalam paket wisata Kawah Ijen di Rameyza Wisata Indonesia dengan menggunakan model SERVQUAL yang didasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan oleh

Parasuraman et al (1988), sedangkan upaya-upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dilihat dari konsep 3P (*People, Process, Physical Evidence*) oleh Booms & Bitner (1981).

2. Responden difokuskan kepada wisatawan mancanegara yang telah mengikuti paket wisata Kawah Ijen di Rameyza Wisata Indonesia dan termasuk ke dalam *Free Individual Traveler* (FIT).

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat manfaat akademik dan manfaat bagi industri, yaitu :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah wawasan Peneliti untuk mengimplementasikan pola berpikir ilmiah
 - b. Menambah wawasan Peneliti mengenai ilmu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berguna untuk mengetahui penilaian terhadap kualitas pelayanan dalam paket wisata Kawah Ijen di Rameyza Wisata Indonesia. Melalui penilaian tersebut, dapat dilihat aspek-aspek mana saja yang harus dibenahi berdasarkan lima dimensi pengukuran kualitas pelayanan oleh Parasuraman et al. (1988). Hal tersebut dapat dijadikan rekomendasi bagi manajemen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.